



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

# **FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**ESTRATEGIAS COMPETITIVAS PARA LA EXPORTACIÓN DE  
AGUAYMANTO AL MERCADO HOLANDÉS EN EL PERIODO 2008-  
2014**

**TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE:  
LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**AUTORA:**

**TANIA DEL ROCIO QUISPE OROSCO**

**ASESOR:**

**Mg. LUIS ENRIQUE MONCADA SALCEDO**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

**COMERCIO INTERNACIONAL**

**LIMA - PERÚ**

**2015**

### **Dedicatoria**

A mi madre que es la razón de mi existencia, por su inmensurable amor y su apoyo incondicional.

### **Agradecimiento**

A todos mis profesores que me apoyaron durante este periodo académico y para el éxito de mi proyecto de investigación.

**Declaratoria de autenticidad**

Yo, Tania del Rocio Quispe Orosco con DNI N° 46160963 a efecto de cumplir con los criterios de evaluación de la experiencia curricular de Desarrollo del Proyecto de Tesis, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento y omisión, tanto en los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 23 de junio del 2015

Tania del Rocio Quispe Orosco

## **Presentación**

En la actualidad se percibe un crecimiento económico de nuestro país en los últimos años, lo cual me impulso a estudiar a las estrategias competitivas aplicadas a la exportación de aguaymanto ya que se evidencia un aumento en las exportaciones de este producto, pero necesitamos identificar que estrategias se están poniendo en práctica para poder mejorar la situación actual con respecto a este producto y poder evaluar si somos competitivos. Por lo tanto nos centramos en las estrategias competitivas para la exportación de aguaymanto al mercado holandés en el periodo 2008-2014, donde analizaremos que estrategias competitivas se están trabajando y la evolución de las exportaciones en los seis últimos años al mercado holandés.

Para probar tal hipótesis, se revisó en los portales de entidades como PromPerú, Sunat, SIICEX entre otros para saber que valores en cantidad y valor FOB que les corresponde a las empresas exportadoras de aguaymanto.

Los resultados de la investigación se presentan en seis capítulos

El capítulo I se define una breve introducción y plantea el problema de investigación, asimismo se realiza la hipótesis y para finalizar definiremos nuestros objetivos.

En el capítulo II se realiza en marco metodológico, que contiene las variables, la operacionalización de las variables, metodología, tipo de estudio, el diseño, la población, la muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, métodos de análisis de datos y los aspectos éticos.

En el capítulo III se interpretan los resultados de la investigación según las variables estudiadas.

En el capítulo IV se realiza la discusión, mediante una comparación de los resultados de la investigación con los resultados de los antecedentes, para ver si coincide o se discrepa.

En el capítulo V hacemos las conclusiones de lo que hemos llegado con nuestra investigación.

En el capítulo VI se plantea las recomendaciones que se ha obtenido de los resultados, las discusiones y las conclusiones, mejor dicho es como un análisis de todo ello para dar dichas recomendaciones.

La tesis se completa con las referencias bibliográficas y anexos correspondientes.

## Índice

	<b>Pág.</b>
Dedicatoria	02
Agradecimiento	03
Declaratoria de autenticidad	04
Presentación	05
Índice	06
RESUMEN	07
ABSTRACT	08
I. INTRODUCCIÓN	09
1.1. Problema	14
1.2. Objetivos	15
II. MARCO METODOLÓGICO	16
2.1. Hipótesis	16
2.2. Variables	16
2.3. Operacionalización de variables	15
2.4. Metodología	15
2.5. Tipos de estudio	16
2.6. Diseño	16
2.7. Población, muestra y muestreo	17
2.8. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	17
2.9. Métodos de análisis de datos	17
2.10. Aspectos éticos	17
III.RESULTADOS	18
IV.DISCUSIÓN	29
V.CONCLUSIONES	31
VI.RECOMENDACIONES	32
VII.REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	33
ANEXOS	36

## **RESUMEN**

Este proyecto de investigación propone profundizar en la comprensión de las estrategias competitivas para la exportación de aguaymanto deshidratado al mercado holandés durante el periodo de 2008 al 2014. Los indicadores de la variable de estrategias es liderazgos de costos del producto y el enfoque, respecto a la variable exportación es el volumen exportado en cantidad, valor FOB y el precio de exportación al mercado holandés que nos permitirán identificar la relación que existe entre ambas variables y la tendencia del aguaymanto deshidratado en dicho mercado y además la oportunidad de crecimiento para el sector agrario.

El resultado de la investigación reflejo que si existe una relación significativa de las estrategias competitivas de liderazgo de costo y enfoque en las exportaciones de esta partida arancelaria y que la demanda se ha incrementado en dicho mercado y nos presenta una excelente oportunidad de conseguir una mayor participación de mercado, siempre y cuando atendamos las exigencia de nuestro cliente y agregándole mayor valor agregado a nuestro producto eso se verá reflejado en el incremento de las exportaciones tanto en volumen, valor agregado y el precio que es sumamente importante en el intercambio comercial.

**Palabras claves: exportación, estrategia, aguaymanto deshidratado, Holanda**

### **ABSTRACT**

This research project aims at deepening the understanding of the competitive strategies for exporting dehydrated aguaymanto the Dutch market during the period 2008 to 2014. The indicators of the variable cost strategy is product leadership and focus, regarding the export variable is the volume, FOB value and the export price to the Dutch market that will allow us to identify the relationship between two variables and dehydrated aguaymanto trend in this market and further growth opportunity for the agricultural sector. The result of the research reflects that if there is a significant relationship of the competitive strategies of cost leadership and focus on exports of this tariff item and that demand has increased in the market and gives us an excellent opportunity to get more involved market, as long as we address the demand of our customer and adding more value added to our product that will be reflected in the increase in exports both in volume, added value and the price is extremely important in trade

**Keywords:** export strategy, dehydrated aguaymanto, Netherlands.